



TITLE:

キリマンジャロ西部地域の社会経済構造と地域経済圏

AUTHOR(S):

辻村, 英之

CITATION:

辻村, 英之. キリマンジャロ西部地域の社会経済構造と地域経済圏. 生物資源経済研究 2008, 13: 51-67

ISSUE DATE:

2008-03-31

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/56788>

RIGHT:

キリマンジャロ西部地域の社会経済構造と地域経済圏

辻村 英之

Hideyuki TSUJIMURA: The Socioeconomic Structure and Regional Economic Zone of the Western Area of Mt. Kilimanjaro

Classification of the socioeconomy into the following 5 economic zones, in the order of closeness to the private economy, 1) the extended family economy, 2) the rural economy, 3) the regional economy, 4) the national economy and 5) the global economy, after taking African rural villages into consideration, can clarify differences in fundamental goals and values of each zone. These differences regulate such basic management actions as sourcing of production factors and sales of products. This is why analysis of the socioeconomy is important task to be addressed by the study of farm management.

There are 6 big open-air markets in Hai District at the western area of Mt. Kilimanjaro. Direct sales of agricultural and livestock products by small farmers are basically implemented at 3 farmers' markets among them. Brokers carry some of products harvested at rural villages to Boma Ng'ombe (the district capital town at the foot of the mountain). This is the basic structure of regional economic zone in Hai District.

Detailed research on places of direct purchase of agricultural and livestock products and daily commodities that Lukani villagers demand, on places of direct sales of agricultural and livestock products that Lukani villagers supply, however, can highlight the existence of heterogeneous zone inside the regional economic zone.

Considering places of only essentials for life (must-have daily commodities and agricultural and livestock products), we can find that 2 markets (Lukani and Lawate) are enough to satisfy them. The cash to buy essentials for life is secured by sales of banana and milk at the Lawate market. Daily lives of villagers, that is to say, can be possible with Lukani and Lawate market.

We can conclude that the fundamental zone of the regional economy for Lukani villagers where we are able to find high level of intra-regional circulation of goods in supply and demand, is situated within the zone circle to Lawate. And values of mutual help that remain in the transaction at this fundamental zone, make the lowest and stable priced market possible.

1. 本論文の問題意識と分析課題

(1) 農家経済経営概念の再検討

拙稿^(注1)で論じたように、著者は特に吉田・乗本の議論^(注2)を参考にし、またアフリカ農村に対する適用を念頭に置いて、大槻の農家経済経営概念^(注3)に対して、大きく2点の再検討

の必要性を提起した。

まずは生産要素（土地・労働力）の不消耗性や経営体の永続性という現実離れした前提についてであり、しかし「持続可能性」が強く求められるようになった現代の外部環境、社会経済的目標の下で、それら不消耗性・永続性を、規範（絶対的価値）、最大の経営目標として読み替える意義がある。

前者の生産要素については、消耗地力や消耗労働力の補償費を経営費用として計上する必要性、後者の経営体については、それら補償費の費用計上にもかかわらず純収益を確保するという経営目標の下で、販売収入の最大化のみならず、過剰な耕作や労働を回避する努力や、費用をかけずにそれら消耗を抑え込む内部取引の努力（内部化された生産要素の効率的利用と生産物・副産物の内部循環による脱費用化）を、高く評価する必要性につながる。

しかし本論文が扱うのは、もう1つの再検討の必要性、つまり大槻の「内部資源に規定される一元的な経営目標」を批判する形で展開する、「社会経済にも規定される多元的な経営目標」についてである。

（2）農家経済経営概念と社会経済

大槻の農家経済経営概念においては、農業経営が農家経済を母体に行っていることを重視しながらも、経営を家計から理念的に分離して分析するため、その経営目標は、内部資源に規定される一元的な「農家経済経営純収益最大化」になってしまう。しかし現実的には農業経営の目標は、母体である農家経済の目標に制約される。そのため農家主体均衡論においては、「農家効用最大化」が経営目標とされる。

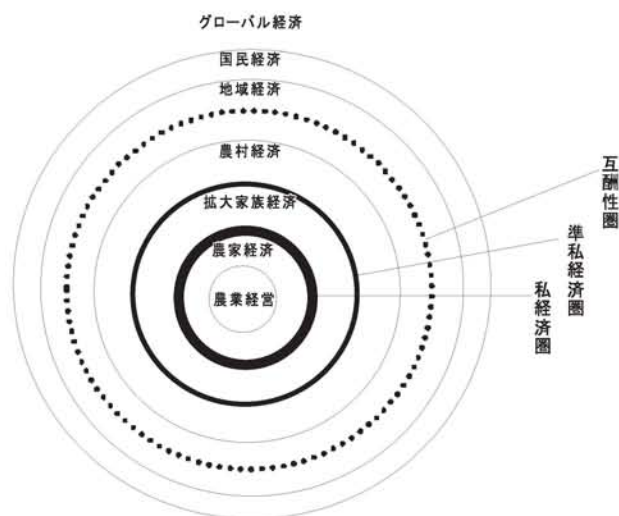


図1 社会経済の重層構造と農業経営の位置

しかし農家経済は社会経済の一構成単位であり、農業経営の目標も社会経済の目標によって制約される。ところが大槻の経営概念においては、経営体の内と外は明確に2区分されるが、経営目標と社会経済（外部環境）との関係、その重層構造は考慮されない。

アフリカ農村を念頭に置き、社会経済を私経済に近い層から、拡大家族経済、農村経済、地域経済、国民経済、グローバル経済に区分してみると、それぞれの場における基本的な目標や価値観の異質さがあからさまにわかる。例えば相互扶助が尊重される互酬性圏と市場メカニズムが尊重されるグローバル経済の価値観の違いは言うまでもない。その異質さは、例えば生産要素の調達と生産物の販売という、基本的な経営行動をも規定する。どの経済の場で調達・販売するかで、価格水準が大きく異なるのである。このように「純収益最大化」でさえ、社会経済に規定される。

あるいは拙稿^(注4)で明らかにしたように、下記のルカニ村においては、生産物自体がその目標によって2区分されている。農家経済などの開発や純収益最大化を追求する「男性産物」と、家計の維持・安全保障を追求する「女性産物」の2つである。それぞれの生産物がその経済の場で販売されている理由は、この多元的な経営目標によって説明される。またはそれらの目標から、販売すべき場所を判断できる。

いずれにせよ、農業経営・農家経済を取り巻く社会経済（外部環境）の分析は、藤谷が強調しているように、地域経済論や地域農業論にとどまらず、農業経営学の重要な課題でもある^(注5)。ただしその理由について、ここで強調しているのは、藤谷のいう農業経営機能の外部化ではなく、農業経営目標と社会経済との相互関係である。

（3）地域経済の要件と基礎的圏域

単なる行政単位ではなく、自治体（「人間の共同的生活圏」）を地域ととらえる「地域経済学の自治体論アプローチ」をとる中村は、地域経済の定義・特徴・要件を7点挙げている^(注6)。

①基本的規定

「諸経済地域の相互依存関係の下に成立する、自然的・経済的・文化的複合体としての人間的地域（歴史的・社会的存在としての地域）を支える経済単位」

②意思決定権、主体からの規定

「地域のあり方や地域の運命に関わる意思決定権を地域にもつ経済であり、住民の地域に根ざした創意工夫と共同による内発的發展を基本的原動力として形成」

③需要サイド・市場の視点からの規定

「地域経済の形成にあたっては、地域内市場あるいは地域内需給を重視し、これを基礎とするが」、「移出産業を育て、なんらかの分野の全国的・国際的中心地をめざすべき」

④供給サイド・分業（地域内社会的分業と企業内技術的分業）の視点からの規定

「地域内産業連関と経済上部機能の集積、産業多角化を重視し、持続的内発的発展のための内部構造を確立」

⑤交通の視点からの規定

⑥生活様式・文化の視点からの規定

「その背後に地域独自の生活様式・文化」（「地域というある一定の範囲で歴史的に積み重ねられてきた独自の生活様式が独自の地域文化」を生む）を持っており、それが「地域独自の産業発展の基盤」

⑦公共部門との関連からの規定

『「経済活動の容器」』として地域を総合的・具体的に管理する自治体政府活動を不可欠とする経済」

本研究で分析対象とするタンザニア連合共和国・キリマンジャロ州・ハイ県は、キリマンジャロ州を構成する5県の内、最も西側に位置する。同県は西からシーハ、マサマ、マチャメの3群で構成され、その中心地ボマ・ンゴンベに県政府を持つ。上記⑦の地域経済の要件を満たしていると考ええる。

また歴史をたどってみると、19世紀前半にキリマンジャロ西部地域を統一した首長国マチャメが、その後さらに西部へと領土を拡張し（マチャメ→マサマ→シーハ）、現在のハイ県の範囲が確立されたことがわかる。伝統的な首長国はもちろん「自治体」（「人間の共同的生活圏」）であったが、その拡張であるハイ県は、上記①の「歴史的・社会的存在としての地域」である。同様に上記⑥の「歴史的に積み重ねられてきた」「独自の生活様式・文化」を持っているという、地域経済の要件を満たしていると考ええる。

以上のように①⑥⑦の規定を考慮した場合、ハイ県は地域経済圏の単位として妥当である。しかし本研究が最も着目するのは、上記③④であり、ハイ県という地域経済圏の中にある、「基礎とする」「地域内市場あるいは地域内需給」を分析すること、そしてその圏域の中に、経済地理学がいうところの「経済地域（経済の地域内循環が生む結節地域としての経済圏）」の範囲を探し当てることを基本的課題とする。なお本研究では、特に農畜産物の地域内循環を確認できる範囲を探索するが、それを地域経済の基礎的圏域と呼称する。

著者が参与観察を継続しているルカニ村（マサマ群を構成する5区の内、最も西側にあるマサマ西区に所属する、人口1,482名、世帯数355戸のチャガ人の農村）においては、拙著など^(注7)で解明したように、最大の現金収入源であったコーヒー産業の不振にともない、コーヒーの木の管理放棄や伐採（転作）が目立つようになっている。コーヒーは上記の純収益最大化を追求する「男性産物」であり、ほとんどがグローバル市場で販売されている。そのグローバル市場におけるコーヒー価格の低迷が、コーヒー産業不振の主因である。

その結果、過去は「女性産物」であり、現在も基本的には自家消費用であるトウモロコシが、コーヒー販売収入の激減を補う、新たな「男性産物」と位置付けられるようになった。「女性産物」のままのバナナ、牛乳でさえも、積極的に販売されるようになっている^(注8)。

しかしそれら自家消費や家計維持を主目的とする農畜産物について、利益追求を促される結果、地域経済の圏域を越える販売が進み過ぎると（「移出産業」化が進み過ぎると）、農民の日常生活・家計に密着する地域経済の基礎的圏域が侵されてしまうのではないかという懸念がある。そこで本研究では、その基礎的圏域の範囲、現状と課題の解明に努めるのである。

（４）本研究の調査と分析の方法

そのためにまず、ハイ県内の６大定期市場（青空市場）の特質を解明する。各市場において複数の関係者への聞き取り調査を行い、特に各市場における、販売者（農民、代理人、仲買人）と購入者（農民、街住民、仲買人）の割合の把握に努める。

その販売者に関して、仲買人は販売する商品を所有しているが、代理人は農民が所有する商品の販売代理機能を果たす。たとえば拡大家族、家事手伝い、友人や、販売代理のために雇用された若者、販売グループ、協同組合などが、代理人の役割を果たしている。購入者としての仲買人は、中間業者のみならず、市場で商品・原料を調達する振売や加工・外食業者も含む。

次にその青空市場の売買参加者の割合、そして聞き取り調査の結果から、各市場の役割と価格水準の違いを説明する。

最後にルカニ村民の視点に移動し、同村における聞き取り調査と買い物の参与観察から、村民が商品を購入・販売する市場を明らかにする。そうすることで、ルカニ村を中心にした場合の地域経済圏の範囲を、「地域内需給を重視」する基礎的圏域と、その外側にある域外市場（「移出産業」の商品を販売）を含めた圏域という、異質な２空間に区分できると考える。

なお分析対象とする商品は、農畜産物（グローバル市場を販売場所とするコーヒーは対象から外す）が中心である。ただしルカニ村民による購入を分析する際は、日用品も含める。日用品の場合は、定期市場のみならず、その周囲にある小売店も購入場所に加わる。また現地調査は、2004年12月後半～2005年1月初め（市場関係者への聞き取り調査が中心）と2005年5月末～6月（ルカニ村における聞き取り調査と参与観察が中心）に実施した^{（注9）}。

2. ハイ県の定期（青空）市場の特質と役割

（１）６大定期市場（図２）の特質

1) マチャメ・カラリ市場

マチャメ北区にあるマチャメ・カラリ（Machame Kalali）市場は、首長国マチャメの発展

にともなって設立された、本地域で最古の市場である。17～18世紀には既に存在し、物々交換がなされていたという。現在は月曜日と木曜日に開かれている。

販売者は農民（マチャメ住民）、購入者は農民と仲買人である。購入者数における農民と仲買人の割合は、9対1程度である。販売者がマチャメ住民であるため運搬費がかからず、また仲買人による購入が少ないので、全体的に価格水準が低い。

仲買人は、特にバナナとトマトを購入し、近郊都市であるアルーシャ（Arusha）、モシ（Moshi）、メレラニ（Mererani）はもちろん、ダル・エス・サラーム（Dar es Salaam）をはじめとする遠方の都市へ広域出荷している。

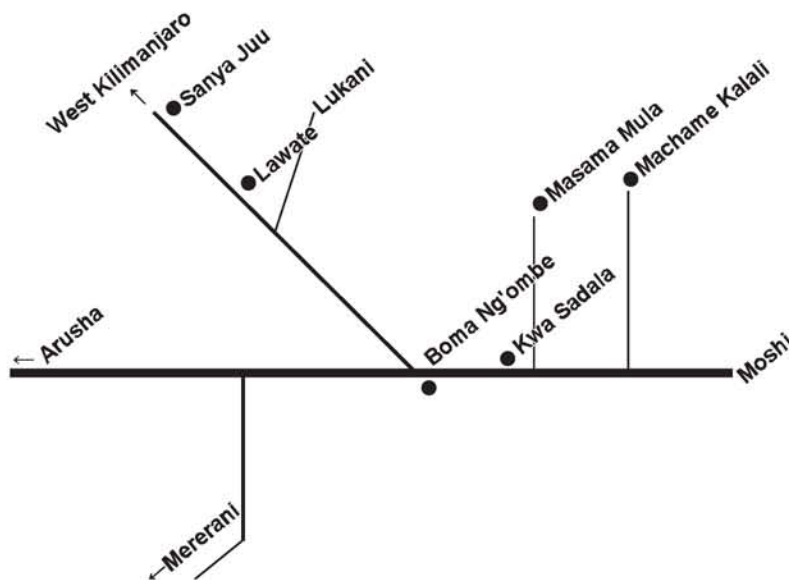


図2 6大定期市場の位置

2) マサマ・ムラ市場

マサマ東区にあるマサマ・ムラ（Masama Mula）市場は、首長国マチャメの西部への拡張にともなって設立された、マチャメ・カラリの次に古い市場である。18～19世紀には既に存在し、物々交換がなされていたという。現在は月曜日と木曜日に開かれている。

販売者はマサマ東部住民であり、運搬費はかからない。ただ仲買人の数がマチャメ・カラリより多い。農民8に対して2程度の割合で、仲買人が購入に参加している。それゆえ全体的な価格水準は、マチャメ・カラリより多少高めになる。

仲買人の興味は、マチャメ・カラリと同じバナナとトマトである。彼らはトラックを市場に横付けし、それらを大量に購入していく。

3) クワ・サダラ市場

マチャメとマサマ東部の住民は、幹線道路沿いにあり、高めの販売価格が実現するクワ・サダラ (Kwa Sadala) 市場 (1985年頃に設立) で、農畜産物を販売することもある。販売者数の割合は、農民 (その3割は、農民から販売委託された代理人) と仲買人 (他市場、あるいは村で農民から買い集めて、同市場まで運搬) が半々である。火曜日と土曜日に開かれ、マチャメとマサマの市場の開設日と重ならない。

高めの価格は、村からの運搬費という供給側の要因のみならず、仲買人や街 (ボマ・ゴンベ) の住民による購入という需要側の要因が実現させている。購入者数の割合は、仲買人 (モシの振売人を含む) が6割、街住民が2割、農民が2割程度である。

仲買人による購入単位は大きく、特に上記のマサマ産とマチャメ産のバナナとトマトを購入し、アルーシャ、モシ、メレラニ、そしてダル・エス・サラームをはじめとする遠方の都市へ出荷している。山奥のマサマやマチャメにまで入る手間を惜しみ、本市場で調達する者が多い。安価さを追求する時や不足時には、それらの村市場で購入したり、農民から直接、買い付けをする。

ちなみにルカニ (Lukani) 村民は、少数の農民が若者 (代理人) を雇って、アボカドを売りに行かせている程度である。また仲買人が、村民からアボカドの他、トウモロコシ、豆、バナナ、じゃがいもを買い集めて、同市場で販売している。

4) ボマ・ンゴンベ市場の特質

水曜日と金曜日 (上記市場の開設日と重ならない) に、ハイ県政府の所在地であるボマ・ンゴンベ (Boma Ng'ombe/Hai Town) で開かれる、ボマ・ンゴンベ住民向けの市場である。街市場としては狭過ぎた旧市場 (1990年頃に設立) を簡易市場 (毎日開設) として残し、2000年に新しい市場が開設された。狭さと高価さのため、大量の購入をする仲買人は昔から寄り付かなかったが、規模が拡大された現在も、彼らは従来通り、クワ・サダラ市場へ足を向けている。それどころか、一部のボマ・ンゴンベ住民でさえ高価さを嫌い、移動費を支払ってまで、クワ・サダラ市場での購入を選択している。

上記のマチャメとマサマ、そしてルカニ村を含む、周辺のあらゆる農村から集まる多様な農畜産物が取り引きされている。農民 (その9割は代理人) による直接的な販売は5%程度で、仲買人による販売がほとんどである。

仲買人は私的利益の最大化計算 (経済計算) の下で取り引きしており (完全にビジネスの場ととらえており)、需給関係次第で価格を大幅に引き上げる。そのため価格の変動幅が最大の市場になっている。さらに各農村からの運搬費という供給側の事情も、高価格を説明する。しかし高価さの最大の要因は、ほぼ100%を占めるボマ・ンゴンベ住民による購入という、需要側の事情である。街住民の所得水準の高さ、すなわち購買力の高さが、6大定期市場の中で最高の価格水準を導いている。

ちなみにルカニ村産の農畜産物は、バナナ、アボカド、牛乳、トウモロコシ、豆が取り引きされているが、代理人が販売する牛乳以外は、村民から買い集めた仲買人による販売である。

5) サニャ・ジュウ市場

水曜日と土曜日に開設されるサニャ・ジュウ (Sanya Juu) 市場は、その北側に広がるウェスト・キリマンジャロ (West Kilimanjaro) 地域に入植したヨーロッパ人や、彼らの大農場で働く労働者が、生活物資を購入するための市場として、イギリス植民地時代の1920~25年頃に設立された。

現在は、ウェスト・キリマンジャロの小農民が生産するじゃがいも、にんじん、豆や、アルーシャ州の東端にあるンガレ・ナニユキ産のトマト、たまねぎ、キャベツをはじめとする、野菜の大生産地からの豊富や供給に支えられ、仲買人による購入を促している。生産地からの運搬費がかかり、仲買人による購入も多いが、供給量の多さに打ち消されて、安めの市場が実現している。

ウェスト・キリマンジャロの生産地からは距離があり、販売者は仲買人が約9割である(バナナ、牛乳、卵などを出荷する、付近に住む農民が1割。その内の1割は代理人)。購入者も1割は付近に住む農民であるが、9割は仲買人でしかも購入単位が大きい。

マチャメとマサマのバナナ、トマトと同様、仲買人はアルーシャ、モシ、メレラニはもちろん、ダル・エス・サラームをはじめとする遠方の都市へ広域出荷している。特にウェスト・キリマンジャロのじゃがいも、にんじん、豆が有名である。

ちなみにルカニ村産の農畜産物については、代理人がバナナや牛乳を売りに来る程度である。また祝祭時などに大量の購入をしたい時は、この市場が利用される。

6) ラワテ市場

サニャ・ジュウ市場は上記のように、入植者や彼らの労働者のための市場として始まったが、その直後(1925年頃)に、8キロしか離れていない場所に設立されたラワテ (Lawate) 市場は、サニャ・ジュウ市場とは対照的に、最初からタンザニア人農民のための市場として発展した。

マチャメ・カラリヤマサマ・ムラと同様に農民市場であり、開設日もそれらと同じ月曜日と木曜日である。ただし、首長国の拡張にともなって発展し、山奥にあるそれら市場とは性格が多少異なり、標高が高いキリマンジャロ山間の最西部からのバナナと牛乳、そして標高が低い平野部からの野菜と果物が取り引きされる、多様性を持つ市場になっている。少量ではあるが、ウェスト・キリマンジャロやンガレ・ナニユキからの野菜も、仲買人によって出荷されている。

販売者も購入者も、95%が農民である。あからさまに安価な農畜産物があると、仲買人に

よる購入が増えるが、通常時において彼らは、サニヤ・ジュウとクワ・サダラに集中している。両者の中間にあり、規模も取引単位も小さい本市場にはあまり寄り付かない。それゆえ 6 大定期市場の中で最低の価格水準の市場が実現している。

ルカニ村からは、主にバナナ、トウモロコシ、豆、牛乳、ニワトリ、卵、ココヤムが、村民自身により出荷されている。日常的に多く出荷されているのが、バナナと牛乳であり、ともに代理人による出荷も確認できる。特に牛乳はそれが活発である。

（2）6 大定期市場の役割

1) 農民市場

マチャメ・カラリ市場、マサマ・ムラ市場、ラワテ市場の 3 つが、ハイ県内の農民市場である。ラワテ<マチャメ・カラリ<マサマ・ムラの順で仲買人の利用が増え、全体の価格水準が高まる。仲買人にとって、マチャメ・カラリ市場とマサマ・ムラ市場は、トマトとバナナの安価な調達先である。仲買人の利用が少ないラワテ市場は、ハイ県内で最低価格水準の市場となっている。

2) 仲買人市場

幹線道路沿いにあるクワ・サダラ市場は、特にマサマ産とマチャメ産のバナナとトマトを調達したい仲買人のための市場である。またサニヤ・ジュウ市場は、特にウェスト・キリマンジャロ産の野菜、特にじゃがいも、にんじん、豆を調達したい仲買人のための市場である。

3) 県（街住民）市場

ボマ・ンゴンベ市場は、周辺のあらゆる農村から集まる多様な農畜産物を、街住民に提供するための市場である。ハイ県内で最高価格水準の市場となっている。

4) 圏外市場

都市市場のアルーシャとモシ、鉾山街市場のメレラニ、大都市市場のダル・エス・サラームがハイ県にとって重要な圏外市場である。

上記の農民市場と仲買人市場が、生産地市場の性格を持っている一方で、街住民市場と圏外市場は消費地市場の性格を持っている。

（3）市場の価格水準

上記の市場の役割は、その価格水準に影響を及ぼす。

価格水準は低い方から、①農民市場（ラワテ）<②農民市場（マチャメ・マサマ）<③仲

買人市場<④街住民市場<⑤圏外市場（都市<鉱山街・大都市）の順となる。

②と③は裁定取引で結ばれ、運搬費相当の価格差が生じている。6大定期市場の他に、各村で開設される小規模な青空市場（村市場）もあり、その隔離された未熟市場と②③の中間的な存在が①である。④と⑤においては、購入量の多さと購入者の所得水準の高さが、価格を引き上げている。

例えば2005年5月末において、マチャメ・カラリ、マサマ・ムラ、クワ・サダラ、サニャ・ジュウ、ラワテで900Tshs/gallon（4.5リットル容器）で販売されているトウモロコシが、ボマ・ンゴンベでは1,000～1,100Tshs、モシ、アルーシャ、メレラニでは1,200Tshsである。

またマチャメ・カラリ、マサマ・ムラ、サニャ・ジュウ、ラワテで2,500Tshs/gallonの大豆が、クワ・サダラでは2,800Tshs、ボマ・ンゴンベでは3,000～3,300Tshs、モシでは3,500Tshs、アルーシャでは3,500～4,000Tshs、メレラニでは4,000～5,000Tshsである。

さらにサニャ・ジュウとラワテで500/gallonTshsのじゃがいもが、マチャメ・カラリ、マサマ・ムラ、クワ・サダラでは600Tshs、ボマ・ンゴンベでは700Tshs、モシでは800Tshs、アルーシャとメレラニでは900Tshsである。

ちなみにダル・エス・サラーム市場に関しては、トウモロコシと大豆について、全国の収穫が平年並みであれば、アルーシャ市場と価格水準は変わらない。しかしハイ県が主産地であるじゃがいもとバナナについては、通常時であっても、じゃがいもは1.5倍（ラワテ市場の約3倍）、バナナは5倍（ラワテ市場の約10倍）程度の価格が実現している。

3. ルカニ村を中心とした地域経済圏

（1）ルカニ村民の購入品と購入場所

1）ひんぱんに購入する商品（最寄品）

①日用品

塩、紅茶の葉、石けん、スキン・ローション（小）、ノート、ボールペン、ケロシン（ランプ用）、ソーダ、酒（バナナ）は、ルカニとラワテの価格が変わらず、1回の購入単価が安いので、基本的にルカニの小売店で購入する。

砂糖は価格変動があり、また1回の購入単価が高めなので、ラワテの方が安くなる時は、販売で得た現金によりその場で購入する。通常時は同価格であり、ルカニで購入することが多い。

はみがき粉とくつみがき粉も、基本的にルカニで購入するが、ラワテの方が多少安いので、販売のついでに購入することもある。

②農畜産物

牛肉、小麦粉、コメは、ルカニの小売店で売られているが、1回の購入単価が高めなので、ラワテにおける販売で得た現金により、その場で購入することが多い。またルカニにおける牛肉販売は量が少ないため（水、金、日曜日に1頭をと畜）、すぐに売り切れてしまう。牛肉は価格変動があり、肉質が良く高価格のボマ・ンゴンベの牛肉が、通常より安めになった時は、そこで買うことも多い。

たまねぎ、トマト、にんじん、じゃがいも、青菜類などの野菜類、オレンジ、パパイヤ、マンゴなどの果物類は、ルカニの青空市場（村市場）では種類や量に乏しく、小売店では高価なので（ラワテから運搬した仲買人による販売）、ラワテで購入するのが一般的である。

ただ最近では、ラワテまでの移動の時間や経費を惜しみ、ルカニで手に入る農畜産物を少量購入して、食事を簡素にすませてしまう村民もいる。

2) まれに購入する商品

①日用品（買回品・高級専門品）

調理油に関しては近年、ひまわりを自家生産して、搾油工場に加工を委託するのが一般的になっている。まれに購入する際は、1回の購入単価が高めであり、ラワテの方が多少安いので、ラワテにおける販売で得た現金により、その場で購入することが多い。

その他、村民の購入がまれであり、それゆえルカニでは売っていない日用品は、ボマ・ンゴンベで調達することになる。さらに高級専門品は、ボマ・ンゴンベでも売っていないので、アルーシャやモシで購入することになる。

②農畜産物

トウモロコシ、豆、バナナの農産物は、基本的に自給である。しかしトウモロコシと豆は、凶作の時に拡大家族から、あるいはラワテで購入せざるを得ないこともある。牛乳と卵の畜産物も、基本的に自給である。しかし牧草の不足時や乾乳時などは牛乳が足りず、拡大家族から購入する。

3) まとめ

以上のようにルカニ村民が購入する商品はたいへん限られているが、それでもひんぱんに購入する日用品と農畜産物がある。

その中で必需日用品（最寄品）については、ルカニの小売店に置いてあり、ラワテとの価格差や1回の購入単価が大きくなければ、基本的にルカニで購入する。ラワテで農畜産物を販売するついでに、そこで購入することもある。ルカニで販売されてない、つまり購入がまれである買回品は、ボマ・ンゴンベで購入する。アルーシャとモシでは高級専門品のみを購入する。

ルカニの小売店における日用品の購入で興味深いのは、付け払いがひんぱんになされている

ることである。店員とすべての購入者が親しく、毎日、顔を合わせるため、それが容易になる。ただし小売店経営は完全にビジネスで、たとえ同じ拡大家族の成員であっても、安売りすることはないという。

農畜産物に関しては、最近はルカニ村の小売店でも販売されているが、やはり種類や量に乏しく、移動の時間や経費を惜しまなければ、基本的にラワテで購入する。その際、販売品を持参するのが普通である。

(2) ルカニ村産農林畜産物の販売場所

1) 広域流通可能産物

ダル・エス・サラームをはじめとする遠方の都市へ広域出荷されているルカニ村産の農林畜産物は、トウモロコシ、豆、じゃがいも、アボカドである。

ルカニ村産のトウモロコシと豆の多くは、村民によって直接、ラワテ市場で販売されている。しかし仲買人によって、一部がボマ・ンゴンベ市場へ出荷されたり、ボマ・ンゴンベの倉庫経由でダル・エス・サラーム、ヒモの倉庫経由でケニアなどへ、広域出荷されることもある。また近年、豊作時に限るが、村民が直接、ボマ・ンゴンベ市場へトウモロコシを出荷し始めている。

じゃがいもに関しては、村民によるラワテ市場での販売は少量で、仲買人がクワ・サダラ市場とメレラニ市場に出荷している。そしてクワ・サダラ市場で調達する仲買人が、その一部をダル・エス・サラームなどへ広域出荷している。

アボカドは仲買人による取引がすべてで、ラワテ市場には出荷されない。仲買人によるアルーシャ市場とメレラニ市場への出荷（あるいはヘア・オイルの原料用の販売）がほとんどで、少量をクワ・サダラやボマ・ンゴンベで確認できる。またクワ・サダラ市場で調達する仲買人による、ダル・エス・サラームなどへの広域出荷もある。

2) 地場流通限定産物

今や材木販売も、村民（特に若者）の重要な所得源になっているが、やはり仲買人による取引がすべてである。出荷先は、多い順にメレラニ、アルーシャ、ボマ・ンゴンベの製材・小売店である。特にボマ・ンゴンベにおいて販売されている材木は、ほとんどがルカニ村とその周辺で伐採されたものである。

バナナは多くが、村民によって直接、ラワテ市場で販売されている。ただ最近では、仲買人（3～4業者）が村を訪問し、軽トラックの荷台を埋めつくすまで村民から買い集め、クワ・サダラ、ボマ・ンゴンベ、アルーシャ、メレラニへ出荷している。

牛乳も多くが、村民によって直接、ラワテ市場で販売される。バナナと異なり、仲買人の参入を確認できない。村内に複数の牛乳販売グループがあり、村民のための販売代理機能を

果たしているからである。それらの代理人による主な出荷先は、ラワテ、ボマ・ンゴンベ、メレラニである。

（３）ルカニ村民による出荷・販売方法

１）村民個人によるラワテ市場での販売

村民個人による出荷は、ほぼラワテ市場に限られている。定期市場への訪問は女性の楽しみ１つでもあり、週に少なくとも１回は、妻がバナナや牛乳を持参して市場に出る。そしてそれらを販売した現金で、農畜産物や日用品の買い物を楽しむのである。市場へ持参するバナナや牛乳の量は、買い物する額から逆算して決めるという。そのようにバナナと牛乳は、女性の財布機能を果たしている。

90年代の半ば、軽トラックの荷台を利用したミニバス業が始まり、現在は３～４のミニバスが、市場開設日に村と市場を往復している。それ以前は、頭にバナナ（個人による牛乳の積極の販売は90年代後半以降）を乗せ、片道１時間半程度かけて、徒歩で往復するのが普通であった。現在はバナナや牛乳を先にバスで運搬してもらい、本人は後から歩いて市場へ向かう（２割は行きもバスを利用）。帰りは疲れているので、バスの利用が一般的である（２割は帰りも徒歩）。

女性たちは市場に到着後、預けておいた作物を受け取り、商品ごと（バナナ、牛乳、穀物、衣類、雑貨、野菜など）に決められた場所で販売する。運搬者が作物を固めて保管するため、必然的に村民が固まって販売することになる。親しい村民や友人と会話を楽しみながらの販売である。

独力ですぐに販売できず、時間が限られている時は、同じ作物を扱う親しい村民・友人に販売してしまうことが多い。その場合は、市場の相場より１割程度安い価格での販売となる。つまり「販売手数料」を１割、支払うことになる。ルカニ村民の場合、バナナは独力で販売されることが多い。しかし牛乳については、個人による販売量が少ないこともあり、その準販売委託を選ぶ者が多い。牛乳の場合、ラワテ市場の相場は220～250Tshs／リットルで変動するが、準販売委託の場合は200Tshs／リットルの価格で固定されている。

本市場の販売価格については、他市場と比較して変動幅は小さいが、しかしその時期の相場がある。ただし知人が多いので、高く吹っかけて利益を追求することはできない。一方で、たとえ同じ拡大家族の成員であっても、基本的にはその相場（定価）での販売となり、通常は安売りすることはない。ただし親しい者に対しては、販売物を１～２個おまけする（親しいほどおまけが多い）。また拡大家族、その他の親戚、村民、その他の友人という、日常的に顔を合わせる関係の範囲で、購入者が生活に困っていることを知っている場合は、安売りすることが多いという。付け払いはまだだが、この親しい関係の範囲であれば可能であるという。

利益追求と助け合い、ビジネスと共同体の狭間にある市場である。そのため最低水準で、しかも比較的安定した価格の市場が実現している。狭い市場で、取引単位も小さいので、仲買人が入り込みにくい。それも助け合いにとっては好都合である。

以上のようにラワテ市場においては、弱体化しているものの、伝統的な相互扶助の価値観が残存している。仲買人の経済計算に惑わされず、日常生活に不可欠な量を、楽しみながら売買する余裕も残されている。農民の価値観・生活理念に沿った計算（生活計算）の下での取引が、維持されているといえよう。

2) 仲買人の侵入

2000年以降、バナナ、トウモロコシ、豆、アボガド、じゃがいも、さらに少数だが卵や家畜の仲買人（作物ごとに別の業者）が、ルカニ村をひんぱんに訪問するようになってきた。トウモロコシと豆、アボカド、じゃがいもは収穫期に2～3業者がひんぱんに現れる。バナナは1年中収穫できるが、特に価格が上昇する（需要が増加する）年末の祝祭時やトウモロコシ不足時に、3～4業者が入れ替わり現れる。その時期はほぼ毎日、軽トラックの荷台一杯のバナナが、村から持ち出されることになる。

バナナの仲買人は、家庭畑まで入り込んで来て品定めし、気に入ったバナナを指定する。農民の許可を得られたら、自分たちで切り落とした後、ラワテ市場の8割程度の価格で支払いを行う。ただラワテ市場まで人と作物を運搬してもらう料金を加えると、仲買人に販売する方が得になる。そのため仲買人への販売が過剰に進んでしまう。

ほとんどの村民は、自家消費用のバナナはしっかり確保しているという。しかし一部の村民は、今の勢いで仲買人の購入が進んだ場合の主食不足を懸念している。

同じく仲買人による樹木購入（材木販売）も進み過ぎである。政府の規制はあるものの、出稼ぎに出ている若い村民がビジネス・グループを組織して、村の長老たちが嘆くほどの森林伐採を導いてしまっている。

4. 地域経済の基礎的圏域と地域内循環：まとめと今後の課題（図3）

キリマンジャロ西部ハイ県には、6大定期市場（青空市場）があるが、小農民による農畜産物の直接販売は基本的に、それらの内の農民市場で行われる。そしてふもとの街であるボマ・ンゴンベ（Boma Ng'ombe・消費地市場）には、仲買人を介して、山間部やふもとの平野部にある農村で生産された農畜産物が集まってくる。これがハイ県の地域経済圏の基本構造である。

しかしルカニ（Lukani）村を中心とし、村民が需要する日用品・農畜産物の直接的な購入場所と彼らが供給する農畜産物の直接的な販売場所を詳細に調べてみると、ハイ県という地

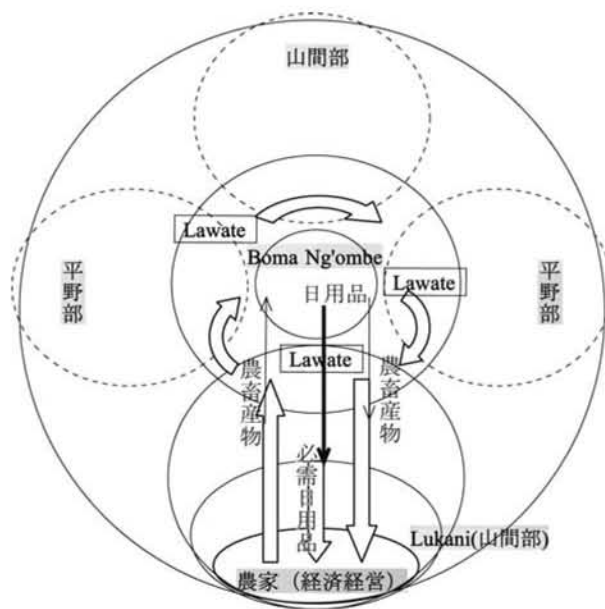


図3 ルカニ村民による直接的な購入・販売場所と地域内循環

域経済圏の内外に、異質な空間・圏域が浮かび上がってくる。

必需日用品（最寄品）はルカニ、買回品はボマ・ンゴンベ、高級専門品はアルーシャとモシが、基本的な購入場所である。農畜産物に関しては、基本的にラワテ（Lawate）で購入する。

また村民による農畜産物の直接販売は、広域流通可能産物も地場流通限定産物も、基本的にラワテの農民市場で行われる（豊作時のトウモロコシは例外で、ボマ・ンゴンベ市場への直接販売を確認できる）。

しかし広域流通産物は、高価格販売を求める仲買人が介入して、ボマ・ンゴンベやクワ・サダラのみならず、ハイ県の圏外にあるアルーシャ、モシ、メレラニに販売されている。さらに大都市市場のダル・エス・サラームなどへも、広域出荷されている。地場流通産物であっても、同じく仲買人が介入し、メレラニやアルーシャの圏外市場へ持ち出されている。

このように、ルカニ村産農林畜産物の販売場所を考えた場合、都市のモシとアルーシャ、鉾山街のメレラニを、消費地市場として加える形で、地域経済圏の範囲は拡張されるべきである。

しかしその一方で、ルカニ村民の生活必需品（必需日用品と農畜産物）だけの購入場所を考えると、ルカニとラワテの2市場で満たされていることがわかる。その場合、地域経済圏（ルカニ村中心）の範囲は縮小されるべきである。

そしてその生活必需品を購入するための現金は、ラワテにおけるバナナと牛乳の販売で確保される。つまり村民の日常生活は、ルカニとラワテで完結してしまう。ルカニ村民にとって、地域内需給が重視され、また実際に高度な地域内循環を確認できる地域経済の基礎的圏

域は、ラワテ市場までであるといえる。

本論で解明できたのは以上であるが、ラワテ市場を取り巻く他の農村においても、商品を購入・販売する場所がルカニ村と同様であれば、ラワテ市場が媒介となって、その周囲の山間部と平野部に住む小農民の農畜産物（同時にお金）が地域内で循環する地域経済の基礎的圏域が確立されていることになる（ただし必需日用品（製造業製品）については、生産地は圏外（都市にある工場など）である）。

そしてこの圏域・空間での取引においては、本論でも触れたように（詳細な分析は今後の課題としたい）、小農民の「意思決定権」や生活計算が機能し、相互扶助の価値観が残存している。特に街住民市場における仲買人の経済計算が、価格水準の高さや価格変動の激しさにつながっていることとは対照的である。最低水準で安定した価格の市場が実現している。

家計の維持・安全保障を追求する「女性産物」を販売する場合は、街住民市場や圏外市場ではなく、この基礎的圏域を販売場所にすべきである。逆にいえば、その経営目標に固執する同圏域への「女性産物」の販売が、現時点では維持されているため、基礎的圏域は強固なままである。

しかしながら、ルカニ村で確認できる仲買人の侵出には注意すべきである。彼らの経済計算が、小農民の「意思決定権」や生活計算を侵す危険がある。「地域のあり方や地域の運命に関わる意思決定権を地域にもつ」^(注10)という、地域経済の要件を失いかねない。また彼らが「女性産物」の多くを基礎的圏域の外に持ち出すことで、地域内循環度が低下し、基礎的圏域が弱体化する危険もある。

地域経済圏の質的把握に努めた本論では、参与観察と聞き取り調査の成果にとどまり、量的データについては不全である。ラワテ市場を中心とする地域経済の基礎的圏域の全体を解明すること、その圏域における小農民の意思決定権、生活計算、残存する相互扶助の価値観の詳細を分析すること、仲買人と販売代理人の動向を探ること、などに加え、量的把握も今後の課題としたい。

注

- 1) 辻村英之「タンザニア農村における貧困問題と農家経済経営—コーヒーのフェアトレードの役割—」野田公夫編『生物資源問題と世界』京都大学学術出版会、2007年、第3章2。
- 2) 吉田忠・乗本秀樹「農業経営と収益性」吉田忠編著『農業経営学序論—対象と方法—』同文館、1977年、第2章。
- 3) 詳しくは、大槻正男著作集刊行委員会編『大槻正男著作集 第1巻 農業経営論Ⅰ』楽游書房、1977年、第一、第二、第五、等を参照されたい。
- 4) 辻村英之「前掲稿」、第3章3。

- 5) 藤谷築次「地域農業と農業経営」『現代農業の経営と経済』富民協会、1998年、第1部。
- 6) 中村剛治郎「地域経済」宮本憲一・横田茂・中村剛治郎編『地域経済学』有斐閣、1990年、第1章。
- 7) 辻村英之『コーヒーと南北問題―「キリマンジャロ」のフードシステム―』日本経済評論社、2004年、「タンザニアにおけるコーヒーの価値連鎖の再編―流通制度改革と小農民―」『生物資源経済研究』第11号、2006年、117―135ページ。
- 8) 詳しくは、辻村英之「キリマンジャロにおけるトウモロコシ・豆の生産・販売の特質―コーヒー危機にともなう商品作物の多様化と家計安全保障―」『生物資源経済研究』第12号、73―86ページ、「タンザニア農村における貧困問題…」第3章3、等を参照されたい。
- 9) 本調査は、2004年度学術振興会科学研究費補助金（基盤研究（A）（1）・池野旬代表）「東アフリカ諸国のコーヒー産地をめぐる地域経済圏に関する実証的研究」による助成を受け、2004年12月後半～2005年1月初め（市場関係者への聞き取り調査が中心）と2005年5月末～6月（ルカニ村における聞き取り調査と参与観察が中心）に実施した。また本論文は同研究の報告書（2007年3月）に掲載された論文を元にして、2007年度地域農林経済学会大会で個別報告し、池上甲一座長を中心にいただいたコメントを踏まえて、再編成したものである。6大定期市場などについてのより詳細な説明は、同報告書を参照されたい。なお同報告書の執筆時には、池野旬代表から丁寧なご指導をいただいた。
- 10) 中村剛治郎「前掲稿」。

（受理日 2008年1月10日）